

BAB 5

SIMPULAN, KETERBATASAN dan SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan, simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 pada penelitian ini menyatakan bahwa *Website Design* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction* pada pelanggan Lazada di Surabaya, diterima. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh *Website Design* dapat meningkatkan *E-Customer Satisfaction* pada pelanggan Lazada di Surabaya.
2. Hipotesis 2 pada penelitian ini menyatakan bahwa *Payment System* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction* pada pelanggan Lazada di Surabaya, diterima. Hal ini membuktikan bahwa *Payment System* dapat meningkatkan *E-Customer Satisfaction* pada pelanggan Lazada di Surabaya.
3. Hipotesis 3 pada penelitian ini menyatakan bahwa *E-Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* pada pelanggan Lazada di Surabaya, diterima. Hal ini membuktikan bahwa *E-Customer Satisfaction* dapat meningkatkan *E-Customer Loyalty* pada pelanggan Lazada di Surabaya.
4. Hipotesis 4 pada penelitian ini menyatakan bahwa *Website Design* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction* pada pelanggan Lazada di Surabaya, diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa pengaruh *Website Design* dapat meningkatkan *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction* pada pelanggan Lazada di Surabaya.
5. Hipotesis 5 pada penelitian ini menyatakan bahwa *Payment System* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction* pada pelanggan Lazada di Surabaya, diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Payment System* dapat meningkatkan *E-Customer*

Loyalty melalui *E-Customer Satisfaction* pada pelanggan Lazada di Surabaya.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Tempat objek penelitian ini masih terbatas, yaitu hanya di Surabaya.
- b. Variabel yang digunakan cenderung umum
- c. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga tidak semua populasi di Surabaya dapat mengisi kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diberikan beberapa rekomendasi berupa saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Manajemen Lazada di Surabaya.

5.3.1 Saran Akademis

Bagi para peneliti berikutnya yang akan menggunakan variabel yang sama untuk dapat mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang berkaitan dengan *Payment System* dan *Website Design*, misalnya *Information Quality*, *Traansaction Ability*, dan *Product Variation*.

5.3.2 Saran Praktis

1. Saran pengelolaan *Website Design*

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian ini peningkatan *website design* dapat dilakukan pada jaminan informasi yang ada pada *website* seperti selalu memperbarui jumlah stok barang yang tersisa, dan foto sesuai barang asli agar konsumen lebih puas dan merasa percaya pada Lazada.

2. Saran pengelolaan *Payment System*

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian ini peningkatan *payment system* dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan banyak e-money yang terkenal

seperti OVO, serta memberikan layanan khusus keluhan pelanggan yang melakukan pembelian dalam jumlah besar untuk dapat melakukan cicilan pada Lazada di Surabaya

3. Saran pengelolaan *E-Customer Satisfaction*

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian ini peningkatan *e-customer satisfaction* dengan cara meningkatkan kualitas produk yang dijual agar pelanggan merasa nyaman dan puas seperti mensortir produk yang memang tidak layak sebelum sampai ketangan konsumen serta selalu menjaga keamanan barang yang dipesan oleh konsumen Lazada di Surabaya.

4. Saran pengelolaan *E-Customer Loyalty*

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian ini peningkatan *e-customer loyalty* dapat dilakukan dengan cara melibatkan pelanggan dalam kegiatan promosi yang dibentuk oleh Lazada seperti diskon untuk pembelian kedua agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian kembali pada Lazada di Surabaya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- B.H.LUDIN dan CHENG. (2014). Factors Influencing Customer Satisfaction and E-Loyalty: Online Shopping Environment among the Young Adults. *Journal of Management Dynamics in the Knowledge Economy* 2(3), 462-471
- Bulletin APJII.(2018). Survei APJII: Penetrasi Internet Indonesia Jangkau 54,7 Persen Populasi di 2017. Di dapat dari <https://apjii.or.id/survei> diakses 25 September 2018 pukul 22:08 WIB.
- Dharmesti dan Nugroho. (2012). The Antecedents of Online Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Journal of Business and Management*, 3(1), 37-46.
- Djaali.(2008). Skala Likert. Jakarta: Pustaka Utama
- Dr. Dave Caffey (2016) *Digital Marketing* (edisi ke-6). Pearson Education Inc
- Durianto, Darmadi,Sugiarto dan Tony Sitinjak. (2004). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I., dan Fuad.,(2005). Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54, Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- K.Ayo dan Ukpere. (2010). Design of a secure unified e-payment system in Nigeria: A case study. *African Journal of Business Management* Vol. 4(9), pp. 1753-1760
- Kama (2018). Inilah Tren E-Commerce 2018 di Indonesia, Menurut Toko Online Ini. Didapat dari <http://nextren.grid.id/read/0124363/inilah-tren-e-commerce-2018-di-indonesia-menurut-toko-online-ini?page=all>, diakses 25 September 2018, Pukul 00:25 WIB
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009), Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Kurniawan.R dkk. (2018). PENGARUH KUALITAS WEBSITE (WEBQUAL 4.0) TERHADAP KEPERCAYAAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WEBSITE E-COMMERCE (STUDI PADA KONSUMEN PT. B). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 62 No. 1*

- Li H. dan Suomi R. (2009). A proposed Scale for Measuring E-service quality International. *Journal of e-Service, Science and Technology* Vol.2 1:2-9.
- Maditinos dan Theodoridis. (2010). Satisfaction determinants in the Greek online shopping context. *Information Technology & People* 23(4),312-329 Emerald Group Publishing Limited.
- Pathak dan Kaur. (2014). Role of Innovation & Technology in Popularity of Online Shopping. *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, Vol. 5 (1) , 953-955.
- Sidharta. (2015). PENGARUH KEPUASAN TRANSAKSI ONLINE SHOPPING DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP SIKAP SERTA PERILAKU KONSUMEN PADA E-COMMERCE. *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol. 9, No. 1, 23-36
- Silalahi, U. (2009). Metode Penelitian Sosial. Bandung: Refika Aditama.
- Srinivasan dkk. (2002). Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and consequences. *Journal of Retailing* 78, 41–50
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Szymanski & Hise (2000). E-satisfaction: a re-examination. *Journal of Retailing* 80 (2004) 239–247.
- Tempo.co.(2017). Sebanyak 2.300 UMKM Jawa Timur Aktif di Lazada. Di dapat dari <https://bisnis.tempo.co/read/846687/sebanyak-2-300-umkm-jawa-timur-aktif-di-lazada/full&view=ok> diakses 27 September 2018 pukul 23:08 WIB.
- Trihasta dan Fajaryanti. (2008). “E-payment” SISTEM. *Proceeding, Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2008)* 615-622
- Yamin dan Kurniawan. (2009). Structural Equation Modeling (Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel – PLS). Salemba Infotek: Jakarta.